

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini dilakukan di UD. Jepara Indah yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto, Karangketuk, Badingrejo Pasuruan Jawa Timur.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis *explanatory research*. Penelitian eksplanatori merupakan penjelasan tentang apa penyebab dari beberapa peristiwa atau fenomena. Penjelasan kausal merupakan tipe yang sangat umum yang digunakan jika hubungan tentang sebab dan akibat. Hubungan sebab akibat dalam penelitian ini mengungkapkan pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. Jepara Indah Kota Pasuruan. Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu data penelitian berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2015).

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah

membeli mebel di UD. Jepara Indah dalam kurun waktu setahun terakhir.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Penentuan ukuran sampel sebaiknya berkisar antara 30 sampai 500, oleh sebab itu dalam penelitian ini ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan berupa *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu (Sugiyono, 2015).

Kriteria pada sampel penelitian ini yaitu responden yang berumur 25 tahun keatas dikarenakan pada umur tersebut konsumen dianggap telah berumah tangga yang membutuhkan produk mebel untuk memenuhi kebutuhan dan konsumen yang pernah melakukan pembelian mebel di UD. Jepara Indah dalam kurun waktu setahun terakhir.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel dependen yaitu keputusan pembelian dan variabel independen yaitu harga dan desain produk. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan maka dibuat

tabel untuk mengetahui definisi operasional variabel beserta dimensi dan indikator pada tabel 3.1 :

Tabel 3.1 Definisi dan Indikator

Nama Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	Kecepatan tindakan konsumen untuk membeli mebel pada UD. Jepara Indah	a. Tanpa pertimbangan	1 Memutuskan pembelian mebel di UD. Jepara Indah tanpa mempertimbangkan mebel lain.	Putra (2016)
		b. Keyakinan memutuskan pembelian.	2 Konsumen memutuskan membeli mebel di UD. Jepara Indah merupakan pilihan yang benar.	Syarif (2016)
		c. Keputusan sesuai kebutuhan.	3 Keputusan yang diambil sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.	
		d. Mengambil keputusan dengan cepat.	4 Memutuskan melakukan pembelian mebel di UD. Jepara Indah tanpa berpikir lama.	Susilo (2017)
Harga (X _i)	Kewajaran harga yang melekat pada mebel di UD. Jepara Indah	a. Harga Terjangkau	1 Harga mebel yang diberikan UD. Jepara Indah tergolong terjangkau.	Sari (2012)
		b. Daya saing harga	2 Harga mebel di UD. Jepara Indah dapat bersaing dengan produk mebel lain.	
		c. Harga sesuai kualitas produk	3 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapat.	
		d. Potongan harga	4 Terdapat potongan harga yang menarik.	Yugo (2015)

Nama Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
Desain Produk (X ₂)	Kemenarikan desain produk yang terdapat pada mebel di UD. Jepara Indah.	a. Bentuk	1 Hasil akhir pengerjaan mebel di UD. Jepara Indah rapi.	Khaerulloh (2014)
		b. Fitur	2 Mebel di UD. Jepara Indah memiliki motif yang bagus.	
		c. Varian	3 Varian produk dibuat dengan kombinasi warna yang menarik.	
		d. Gaya (<i>style</i>)	4 Mebel di UD. Jepara Indah memiliki model menarik	Lestari (2017)
		e. Mengikuti perkembangan zaman	5 Mebel di UD. Jepara Indah mengikuti perkembangan zaman.	

E. Data dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini berupa data kuantitatif dimana data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2015). Data Primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan menyebarkan kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015). Kuesioner

tersebut diajukan kepada konsumen yang melakukan pembelian mebel secara offline dan online dengan mengirimkan link *google docs* melalui *personal chat* langsung kepada konsumen UD. Jepara Indah.

G. Teknik Pengskalaan

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Sugiyono (2015), menyatakan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban yang diberikan responden, diberi nilai dengan merefleksikan secara konsisten dari sikap responden yaitu dengan memberi skor pada setiap jawaban dari kuesioner yang di ajukan. Jawaban – jawaban dari responden dibagi dalam 5 tingkatan pada tabel 3.2 :

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Nilai
STS : Sangat Tidak Setuju	1
TS : Tidak Setuju	2
N : Netral	3
S : Setuju	4
SS : Sangat Setuju	5

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Suatu alat dikatakan valid jika alat tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2016). Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Skor total ialah nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Jika nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item.

Jika korelasi antara skor item dengan skor total signifikan pada taraf nyata $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur yang digunakan valid. Adapun kriteria pengujiannya adalah : apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 95% dan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 95%. Dalam penelitian ini menggunakan metode rumus *korelasi product moment*.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini menggunakan metode rumus *Alpha Cronbach*. Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reliabilitas instrumen diatas 0,6 atau 60%, berarti terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%. Sebaliknya jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%. Suatu instrumen dikatakan *reliable* bila memiliki koefisien keandalan (α) $\geq 0,6$.

I. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali, (2016) untuk memperoleh hasil analisis data yang sesuai dengan syarat pengujian maka dalam analisis regresi harus menggunakan uji asumsi klasik. Jika uji asumsi klasik valid maka dapat dilakukan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov – Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan:

- a) Angka signifikasi Uji Kolmogorov – Smirnov $\text{Sign} > 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b) Angka signifikasi Uji Kolmogorov – Smirnov $\text{Sign} \leq 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai dalam memprediksi variabel terikat dipengaruhi dengan variabel bebas. Adapun cara untuk mengetahui suatu model terbebas dari heteroskedastisitas atau tidak dilakukan uji glejser.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Metode untuk menguji multikolinearitas yaitu dengan melihat besaran dari nilai *tolerance* ≥ 0.10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang menghasilkan nilai ≤ 10 , maka dapat disimpulkan terbebas dari gejala multikolinieritas.

J. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Regresi linier berganda sebenarnya sama dengan regresi linier sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu buah. Persamaan umumnya adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Y : Keputusan Pembelian

X₁ : Harga

X₂ : Desain Produk

a : konstanta (*intersept*)

b : koefisien regresi pada masing – masing variabel bebas.

e : variabel pengganggu (*error*)

Interpretasi terhadap persamaan juga relatif sama, sebagai ilustrasi, pengaruh antara harga (X₁), dan desain produk (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y). Menghasilkan persamaan, jika variabel harga meningkat dengan asumsi variabel desain produk tetap, maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Jika variabel desain produk meningkat, dengan asumsi variabel harga tetap, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

2. Rentang Skala.

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk mengukur dan menilai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan kata lain rentang skala memiliki fungsi untuk menunjukkan kecenderungan jawaban responden tentang variabel (Umar, 2008).

Adapun rumus rentang skala adalah sebagai berikut :

$$Rs = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan :

R_s = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh rentang skala dengan perhitungan sebagai berikut:

$$R_s = \frac{100(5 - 1)}{5} = 80$$

Berdasarkan perhitungan rentang skala diperoleh 80, dengan demikian skala penilaian kriteria adalah :

Tabel 3.3

Rentang Skala

No	Skala Penilaian	Harga	Desain Produk	Keputusan Pembelian
1.	100 – 180	Sangat Tidak Wajar	Sangat Tidak Menarik	Sangat Rendah
2.	181 – 260	Tidak Wajar	Tidak Menarik	Rendah
3.	261 – 340	Cukup Wajar	Cukup Menarik	Cukup Cepat
4.	341 – 420	Wajar	Menarik	Cepat
5.	421 – 500	Sangat Wajar	Sangat Menarik	Sangat Cepat

Dari tabel 3.3 dapat diketahui terdapat skor rentang, dimana untuk mendapatkan skor rentang diperlukan perhitungan dengan menggunakan rumus perhitungan likert sebagai berikut :

$$\text{Skor Rentang} = T \times P_n$$

$$= \{(T1 \times P1) + (T2 \times P2) + (T3 \times P3) + (T4 \times P4) + (T5 \times P5)\}$$

Keterangan :

T = Total jumlah jawaban yang memilih

P = Pilihan angka skor likert

K. Uji Hipotesis

Uji t (parsial) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen (X_1) dan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam hal ini, variabel harga dan desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan hipotesis 2 pada penelitian ini. Pada penelitian ini uji t yang digunakan adalah *Two tailed* atau sering disebut uji dua arah atau uji dua sisi. Kunci dalam menentukan penggunaan uji dua arah yaitu dalam perumusan hipotesis tidak disebutkan arahnya. Untuk kriteria yang digunakan sebagai berikut :

1. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Apabila probabilitas signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Keterangan :

H_0 : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H_a : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H_0 : Desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_a : Desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

